

Istituto nazionale
per il Commercio Estero

Repubblica Ceca
Nota



Il settore calzaturiero

gennaio 2011

Zámecké schody 1
118 00, Praha 1
T +420 257 532 590
F +420 257 532 597
praga@ice.it
www.ice.it

INDICE

Introduzione	3
1. Dati socio-economici sulla Repubblica Ceca	3
2. Definizione del settore	7
3. Produzione	7
4. Normativa tecnica	8
5. Commercio estero ed il posizionamento dell'Italia	8
6. Sistema distributivo e di pagamento	10
7. Consigli per i produttori italiani	11
8. Pubblicazioni, fiere, associazioni di categoria	12
Conclusioni	13

INTRODUZIONE

Con il costante miglioramento del potere d'acquisto e dello standard di vita del cittadino ceco, si prevede tra l'altro anche l'aumento della domanda di beni di consumo e, fra questi, anche delle calzature di livello medio/alto o alto. E' pertanto importante per le aziende italiane essere informate ed essere presenti sul mercato per cogliere le opportunità di business.

I presupposti della presente nota sono:

- la Repubblica Ceca è un mercato relativamente piccolo,
- la Repubblica Ceca rappresenta, dal punto di vista dell'export italiano dei prodotti in questione, piuttosto un mercato marginale (0,8%)
- l'Italia invece è per la RC uno dei fornitori più importanti di calzature
- ci sono comunque opportunità di penetrazione perché i prodotti italiani non sono presenti in tutta la rete distributiva e il design italiano è sempre percepito come migliore degli altri

Il seguente elaborato, realizzato dall'Istituto nazionale per il Commercio estero, Ufficio di Praga, ha per obiettivo la diffusione di dati quantitativi e qualitativi del settore in Repubblica Ceca. La necessità di fotografare lo stato del settore calzaturiero, deriva dalla consapevolezza che un'informazione più precisa e dettagliata possa servire da "stepping stone" per ulteriori interessi commerciali italiani nel settore in questo Paese.

1. DATI SOCIO-ECONOMICI SULLA REPUBBLICA CECA

Questo capitolo fornisce informazioni generali sull'economia del Paese e sui dati riguardanti il potere d'acquisto dei consumatori cechi, ossia stipendi, tassazione, ecc.

Prodotto interno lordo reale

Dal punto di vista del PIL reale, la Repubblica Ceca si è trovata in un periodo di forte crescita fino all'autunno 2008. Il suddetto indice mostra che fino al 2002 i valori di crescita nella RC e nella UE hanno seguito lo stesso andamento. Solo dal 2003 il PIL reale ceco è cresciuto molto più rispetto al valore della media europea. Negli anni 2005, 2006, 2007, il tasso d'incremento del PIL reale ha superato addirittura il 6% annuo. Successivamente l'economia ceca è stata colpita, come il resto del mondo, dalla crisi economica globale. Nel 2008 si è evidenziato un rallentamento – il prodotto è cresciuto soltanto del 2,5% - mentre nel 2009 si è verificato un calo pari al 4,1%. Nel 1° semestre del 2010, il PIL mostra nuovamente un segno positivo con un andamento in crescita (+2,3% su base annua).

Crescita annuale del PIL reale della RC e dell'UE (in %)

Anno	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	I. sem. 2010
UE (27 Paesi)	3,9	2,0	1,2	1,3	2,5	2,0	3,2	2,9	0,8	-4,2	2,0
Repubblica Ceca	3,6	2,5	1,9	3,6	4,5	6,3	6,8	6,1	2,5	-4,1	2,3

Fonte: Eurostat e Ufficio di Statistica Ceco

Prodotto interno lordo per capita in PPS (Purchasing Power Standard)

Come si evince dalla seguente tabella, in termini del PIL pro capite a parità di potere d'acquisto (espresso in relazione al valore medio dell'Unione Europea che è pari a 100) l'economia ceca sta convergendo verso il livello europeo. Nel 2000 il livello è stato del 68,5% della media europea, attualmente ha superato l'80%.

PIL pro capite in Purchasing Power Standards

Anno	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
UE (27 paesi)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Repubblica Ceca	68,5	70,2	70,4	73,4	75,1	75,9	77,0	80,1	80,3	80,0

Fonte: Eurostat

Inflazione

Il tasso di inflazione, nel periodo che va dal 2004 al 2007, ha fatto registrare valori compresi tra l'1,5 ed il 3%. Nel 2008 si è verificato un considerevole aumento della crescita dei prezzi (il 6,3%) dovuto soprattutto alla riforma fiscale effettuata dal governo di Topolánek. Nel 2009 l'inflazione è scesa sotto l'1%. Nel primo semestre del 2010, l'inflazione in RC è stata pari all'1,2%.

Tasso di inflazione annuale nell'UE e nella RC

Anno	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	I. sem. 2010
UE (27 paesi)	1,9	2,2	2,1	2,0	2,0	2,2	2,2	2,3	3,7	1,0	2,2
Repubblica Ceca	3,9	4,5	1,4	-0,1	2,6	1,6	2,1	3,0	6,3	0,6	1,2

Fonte: Eurostat

Disoccupazione

Relativamente al mercato del lavoro, la Repubblica Ceca sta meglio dell'Unione Europea. Da quando il Paese è diventato membro dell'UE fino al 2008, il tasso di disoccupazione è calato quasi del 4%. Nel 2008 il 4,4% della popolazione economicamente attiva era disoccupato, contro una media europea del 7,1%. Il tasso di disoccupazione è cresciuto in tutta l'Unione a causa della crisi globale e, nel 2009, si registrava una media dell' 8,9% nell'UE e del 6,8% nella Repubblica Ceca. Il tasso di disoccupazione risulta in costante crescita raggiungendo nel primo semestre del 2010 il 7,3% in RC.

Tasso di disoccupazione (in %) nell'UE a nella RC

Anno	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	I. sem. 2010
UE (27 paesi)	8,7	8,5	8,9	9,0	9,0	8,9	8,2	7,1	7,0	8,9	9,6
Repubblica Ceca	8,7	8,0	7,3	7,8	8,3	7,9	7,2	5,3	4,4	6,8	7,3

Fonte: Eurostat

Stipendio lordo

Lo stipendio medio mensile lordo nel 2009 è stato pari a 23.598 CZK, circa 892 EUR (al cambio medio dell'anno - 26,445 CZK/EUR). Nella seguente tabella è riportato l'andamento di questa variabile dal 2000. È evidente che lo stipendio è cresciuto molto più del livello dei prezzi. Lo stipendio reale, e così anche il potere d'acquisto, è dunque andato aumentando, permettendo un crescente consumo di beni di livello medio/alto o alto.

Stipendio mensile lordo medio (in CZK)

Anno	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	I. sem. 2010
Stipendio mensile medio	13.219	14.378	15.524	16.430	17.466	18.344	19.546	20.957	22.691	23.598	23.513
Variazione annua	---	8,8%	8,0%	5,8%	6,3%	5,0%	6,6%	7,2%	8,3%	4,0%	2,4%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceco

Struttura della popolazione per età

L'attuale popolazione del Paese è di 10.501.197 abitanti (il mercato è quindi piuttosto piccolo). La quota della popolazione produttiva è pari al 71%. La struttura demografica sta cambiando a causa del limitato numero di nascite e questo provoca un invecchiamento della popolazione che porterà ad una riduzione della quota di popolazione produttiva nei prossimi decenni. La struttura è evidenziata sulla base dei dati disponibili al 31/12/2009.

Struttura della popolazione nella RC in base all'età (al 31/12/2009)

Età	Migliaia di persone	Quota sulla popolazione totale
<15	1.494	14,2%
15 - 64	7.414	70,6%
65 +	1.599	15,2%
Totale	10.507	100%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceco

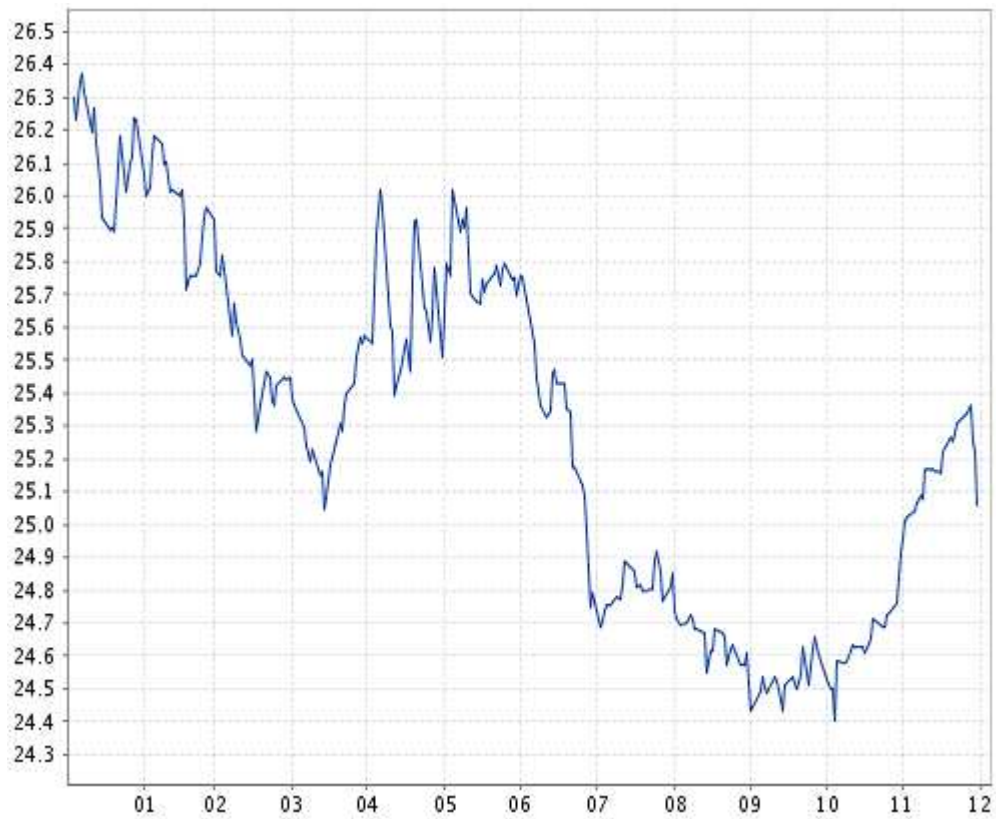
Tassazione

La tassazione in Repubblica Ceca è generalmente più favorevole che in Italia:

- l'imposta sul reddito delle persone giuridiche è pari al 19% (dal 1° gennaio 2010)
- l'imposta sul reddito delle persone fisiche è del 15% (il 23% nel caso del reddito annuo superiore a 2 311 200 CZK)
- dal 2010, l'aliquota IVA è del 20%, mentre quella ridotta è pari al 10%.

Tasso di cambio

Il tasso di cambio della corona ceca nei confronti dell'Euro, dopo il grande rafforzamento verificatosi durante il 2008 ed il successivo ridimensionamento all'inizio del 2009, nel corso del 2010 ha ripreso la tendenza all'apprezzamento e si è attualmente assestato a circa 24,5 CZK per 1 EUR. La corona forte è naturalmente favorevole per i fornitori esteri in quanto i loro prodotti diventano, dal punto di vista del consumatore ceco, più economici. Il seguente grafico dimostra l'andamento del tasso di cambio nel corso del 2010.

Grafico: L'andamento del tasso di cambio CZK/EUR nel 2010

Fonte: Banca Nazionale Ceca

2. DEFINIZIONE DEL SETTORE

Per settore calzaturiero si intende la voce doganale **64** (secondo il Sistema Armonizzato), specificatamente:

- 6401 – Calzature con tomaia di gomma o materia plastica impermeabili
- 6402 – Calzature con tomaia di gomma o materia plastica
- 6403 – Calzature con tomaia di cuoio naturale
- 6404 – Calzature con tomaia di materie tessili
- 6405 – Altre calzature
- 6406 – Parti di calzature, incluso le tomaie

3. PRODUZIONE

L'industria calzaturiera in RC è formata da decine di aziende con dimensioni e caratteristiche diverse. Le aziende sono localizzate prevalentemente nella regione di Zlín (Moravia meridionale) dove operano anche gli unici centri di formazione. La produzione industriale è fortemente orientata all'export, il 70% del totale è infatti destinato al mercato estero, in prevalenza quello comunitario che assorbe l'80% del totale delle esportazioni.

La produzione di calzature, in costante calo dal 1990, si è attestata nel 2009 a circa 4,5 milioni di paia, 400.000 paia in meno rispetto al 2008. Il consumo interno attualmente calato a 8,02 paia pro capite all'anno, è maggiormente rivolto verso le calzature a buon mercato provenienti dalla Cina. Le ditte locali con più di 20 dipendenti, il cui numero ammonta a circa 35, e che impiegano 3.500 persone circa, si sono specializzate nella produzione di calzature speciali, come calzature antinfortunistiche, da lavoro, sanitarie, maggiormente destinate al mercato estero. Un buon risultato è stato registrato anche dalle aziende produttrici di scarpe per bambini con la certificazione di qualità elevata "ZIRAFÀ". La loro produzione è in aumento, a differenza dei grandi calzaturifici con assortimento generico.

Produzione e consumi pro capite, numero dipendenti

	2006	2007	2008	2009
Produzione (migliaia di paia)	5.200	5.100	4.900	4.500
Consumo pro capite/anno	7,41	11,90	10,61	8,02
Numero dipendenti	4.100	4.100	3.800	3.500

Fonte: Associazione di categoria

I più importanti produttori di calzature in Repubblica Ceca

Azienda	Specializzazione
PRABOS PLUS a.s.	calzature militari, da lavoro, antinfortunistiche
BAŤA a.s.	gamma completa delle calzature per uomo, donna e bambino
FERN s.r.o.	calzature con tomaia di gomma e di materie tessili
GASÍ s.r.o.	calzature per uomo, donna e per lo sport
ESSI s.r.o.	calzature per bambino
CIL PROSTEJOV	calzature di pelle e pelletteria
PEGRES OBUV	calzature per bambino

Fonte: Associazione di categoria

4. NORMATIVA TECNICA

L'unico organismo che svolge attività di ricerca e di sviluppo, oltre a certificare i prodotti del settore, è l'Istituto di prova e di certificazione ITC (Institut pro testování a certifikaci) di Zlín.

Dal 2001 è in vigore un regolamento che definisce le modalità di marchiatura delle calzature. Questo obbligo riguarda il materiale utilizzato (deve interessare almeno l'80% della superficie) nelle parti principali delle calzature: per le tomaie, per le fodere e i sottopiedi e per le soles. Si può utilizzare la marchiatura in lingua ceca o i relativi pittogrammi. Per la marchiatura si possono utilizzare diverse modalità: stampa, incollatura, punzonatura o forma di etichetta allegata. Da questo obbligo sono escluse solo le calzature antinfortunistiche (per le quali esistono prescrizioni speciali), le calzature di fibre di amianto e le calzature usate.

Per i prodotti destinati ai bambini fino a 3 anni è necessario adempiere ai requisiti del decreto locale n. 84/2001 sulle qualità igieniche. Inoltre, il produttore/distributore può richiedere la certificazione volontaria (ZIRAFÁ) adempiendo agli ulteriori test di qualità elevata. Questa certificazione volontaria è molto conosciuta tra gli acquirenti che la considerano come fattore molto importante per l'acquisto. I prodotti così marchiati sono sempre preferiti, malgrado il prezzo più elevato.

5. COMMERCIO ESTERO E POSIZIONAMENTO DELL'ITALIA

Nell'ambito del commercio estero della Repubblica Ceca, il settore calzaturiero occupa soltanto una piccola quota – sia nel caso delle importazioni (attorno allo 0,6%) che delle esportazioni (attorno allo 0,4%). Le cifre effettive sono riportate nelle seguenti due tabelle.

Importazioni totali nella RC e importazioni della voce 64 (in migliaia di EUR)

	2007	2008	2009	Prev. 2010
IMP totale	86.237.855	96.532.903	74.658.875	87.542.532
IMP prodotti di categoria	417.018	503.331	454.159	515.612
Quota dei prodotti di categoria	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceco

Esportazioni totali nella RC e esportazioni della voce 64 (in migliaia di EUR)

	2007	2008	2009	Prev. 2010
EXP totale	89.396.484	99.023.070	80.471.216	99.360.801
EXP prodotti di categoria	281.673	284.218	287.639	369.491
Quota dei prodotti di categoria	0,3%	0,3%	0,4%	0,4%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceco

Analizziamo **le importazioni** e il posizionamento dell'Italia come fornitore di calzature. Le importazioni di calzature sono cresciute sostanzialmente, per esempio tra il 2006 e il 2008 quasi del 14%. Nel 2009 hanno però subito una diminuzione del 26% rispetto all'anno precedente, in linea con il calo generale del commercio estero. Nelle previsioni totali per il 2010 il commercio estero mostra una certa ripresa. Tuttavia il trend negativo nel settore di calzature continua.

Le importazioni dall'Italia consistono prevalentemente nella voce 6403 (Calzature di cuoio naturale), ciò si evince dalle seguenti tabelle in cui sono riportate le cifre delle singole sottovoci.

Importazioni delle voci doganali 6401 - 6406 dall'Italia (in migliaia di EUR)

Voce	Articolo	2006	2007	2008	2009	Prev. 2010
6401	Calzature impermeabili	1.234	1.363	1.202	951	1.600
6402	Calzature con tomaia di gomma o materia plastica	4.905	5.597	6.401	5.680	5.219
6403	<i>Calzature con tomaia di cuoio naturale</i>	<i>35.873</i>	<i>46.346</i>	<i>49.741</i>	<i>35.668</i>	<i>33.017</i>
6404	Calzature con tomaia di materie tessili	5.451	3.235	5.865	2.720	3.342
6405	Altre calzature	162	601	893	174	220
6406	Parti di calzature, tomaie incluse	13.222	8.637	5.925	5.250	4.878
Totale		63.022	66.949	71.613	53.074	48.275

Fonte: Ufficio di Statistica Ceca

L'Italia è stabilmente posizionata al secondo posto tra i paesi fornitori di calzature, la sua quota sta tuttavia costantemente diminuendo sulle importazioni totali, in maggior misura nel periodo di crisi economica. Le previsioni per il 2010 segnalano, addirittura, la perdita di un posto nella classifica dei paesi fornitori, essendo superata dal Vietnam che, come altri paesi asiatici, aumenta le sue quote di mercato.

Totali importazioni della voce 64 e importazioni dall'Italia (in migliaia di EUR)

	2005	2006	2007	2008	2009	Prev. 2010
IMP totale	315.634	360.385	417.018	503.331	454.159	515.612
IMP Italia	57.106	63.022	66.949	71.613	53.074	48.275
Quota Italia	18,1%	17,5%	16,1	14,2%	11,7%	9,4%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceca

Il principale concorrente dell'Italia sul mercato ceco è la Cina, le cui quote di importazioni si pongono ben al di sopra di tutti gli altri paesi concorrenti in tutte le sottovoci. Altri importanti paesi fornitori importanti sono Vietnam, Polonia ed Indonesia.

Principali concorrenti dell'Italia nelle importazioni della voce 64 – quota sull'import totale

Paese	2006	2007	2008	2009	Prev. 2010
Cina	37,2%	37,5%	41,1%	39,4%	43,4%
Italia	17,5%	16,1%	14,2%	11,7%	10,0%
Vietnam	7,5%	7,9%	7,9%	10,1%	11,0%
Polonia	4,6%	4,5%	5,6%	4,3%	4,2%
Indonesia	2,2%	2,1%	2,7%	4,2%	4,0%
Slovacchia	4,8%	4,2%	4,2%	4,1%	3,3%

Fonte: Ufficio di Statistica Ceca

6. SISTEMA DISTRIBUTIVO E DI PAGAMENTO

In generale, la Repubblica Ceca sta sviluppando un sistema distributivo di stampo occidentale, con un crescente numero di distributori in molti segmenti di mercato. Una delle sue caratteristiche particolari sta nell'elevato grado di fluttuazione degli operatori del settore, che richiede quindi, per gli esportatori, un approccio molto cauto. I margini di guadagno per i distributori sono gli stessi che negli altri paesi dell'Europa Occidentale. Per i grossisti si tratta di almeno il 30%, le vendite al dettaglio invece applicano un mark up tra l'80% e il 600%.

Le calzature di fascia alta sono vendute nelle singole boutique monomarca o plurimarca che le importano direttamente. Tali boutique si trovano nelle zone più prestigiose, specificamente attorno alla via praghese Pařížská. Sul mercato locale si possono trovare i grandi marchi italiani come Sergio Rossi, Prada, Dolce&Gabbana, Giorgio Armani, Versace, Salvatore Ferragamo ed altri.

I negozi con prodotti di marca (Etor, Gabor, Ecco, Salamander, ecc.) sono ubicati e svolgono un ruolo rappresentativo nelle zone lucrative, centrali, ovvero nei centri commerciali, la cui espansione è visibile negli ultimi anni. A differenza del passato, quando i centri venivano costruiti nella periferia delle città, attualmente essi tendono ad inserirsi nei centri urbani. La superficie di tali centri ha superato nel 2009 i 2,5 milioni di m², cioè 240 m² per 1000 abitanti. Per comparazione, la media in Europa Occidentale ammonta al 200 – 250 m² per 1000 abitanti. Il forte incremento di queste aree è da attribuirsi agli investimenti effettuati dalle multinazionali.

Negli ultimi anni, si è sviluppato molto velocemente il settore della grande distribuzione. Le grandi catene estere stanno rapidamente rivoluzionando il panorama del commercio al dettaglio e le abitudini dei consumatori. Tra le catene di distribuzione, la posizione di testa spetta a BATA. Altre catene importanti che vendono principalmente le scarpe, sono Deichmann, Humanic o Reno. Anche le catene estere entrate sul mercato ceco recentemente (CCC boty Czech, ARA Shoes), mostrano una forte penetrazione e un rapido aumento dei loro punti vendita. L'approvvigionamento delle catene estere presenti in Repubblica Ceca è effettuato per la maggior parte tramite le loro case madri.

Gli acquisti via internet sono sempre in aumento, ciò significa che sta crescendo anche la loro quota sul totale del commercio al dettaglio. Questo trend avviene soprattutto per i prodotti di marca dove le differenze di prezzo rispetto alle boutique sono più evidenti.

I più importanti distributori di calzature in Repubblica Ceca

Classifica 2009	Classifica 2008	Azienda	Numero punti vendita
1°	1°	BATA	93
2°	2°	DEICHMANN	74
3°	3°	HUMANIC	36
4°	7°	CCC BOTY CZECH	38
5°	6°	SALAMANDER CR	16
6°	4°	RENO	45
7°	5°	JOHN GARFIELD	19

Fonte: Associazione di categoria

Sistema di pagamento con l'estero

I trasferimenti bancari sono le forme di pagamento più utilizzate. Le banche ceche sono collegate al sistema SWIFT per i pagamenti sia nazionali che internazionali, oltre che al CERTIS, un sistema interbancario locale di pagamento in compensazione.

Cambiali e assegni non sono generalmente utilizzati, dato che per essere validi devono essere emessi rispettando determinati criteri.

In materia di conclusione di contratti di fornitura con clienti cechi è bene procedere con cautela, almeno finché i rapporti con il partner commerciale non si siano consolidati nel tempo. Nel caso di un primo contratto è quindi consigliabile concordare modalità di pagamento anticipato (almeno per una quota del valore complessivo) oppure può essere utile inserire nei contratti la cosiddetta clausola di riservato dominio, in base alla quale le merci rimangono di proprietà del fornitore sino a quando non sono state integralmente pagate e indipendentemente dall'avvenuta consegna.

7. CONSIGLI PER I PRODUTTORI ITALIANI

In considerazione della fortissima concorrenza sul mercato dei prodotti di origine orientale, vale la pena per il produttore italiano concentrarsi sui prodotti di qualità più elevata.

Volendo entrare sul mercato ceco con prodotti di livello medio/alto, i produttori ed esportatori italiani devono cercare di far conoscere bene il proprio marchio, supportando la vendita attraverso adeguate campagne pubblicitarie.

Trattandosi di un mercato di dimensioni limitate, è relativamente più facile raggiungere con successo opinion leader e decision-maker, organizzando presentazioni di prodotti Made in Italy sotto forma di sfilate, conferenze stampa o promozioni in negozi o grandi magazzini.

Oltre alle azioni sopra indicate è consigliato:

- informare i potenziali clienti sulle novità e collezioni tramite inserzioni su riviste specializzate del settore
- inviare i cataloghi e presentazione aziendale ai potenziali partner locali
- visitare i possibili partner locali per verificare il loro posizionamento sul mercato e la loro credibilità

L'ufficio ICE di Praga è in grado di assistere l'azienda italiana in tutte le azioni sopra indicate ed offre anche servizi personalizzati in base alle specifiche esigenze.

8. PUBBLICAZIONI, FIERE, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**RIVISTE DEL SETTORE:****Textilžurnál**

Pubblicata da:

České a slovenské odborné nakladatelství s.r.o.

Drtinova 10

150 00 Praha 5

tel. +420 227 018 400

fax +420 227 018 401

con@con-praha.czwww.con-praha.cz**Obuv&Kůže (rivista on-line)**

Všemina 295

763 15 Slušovice

Tel +420 603 277 017

Fax +420 577 240 366

kolarik@obuv-kuze.czwww.obuv-kuze.cz**FIERE DEL SETTORE:****Kabo (febbraio e agosto 2011, polo fieristico Brno)**

Organizzatore:

Veletrhy Brno, a.s.

Vystaviste 1

647 00 Brno

tel. +420 541 152 983

fax +420 541 153 060

kabo@bv.czwww.bv.cz/kabo**ASSOCIAZIONI:****ČOKA - Česká obuvnická a kožedělná asociace**

(Associazione dell'industria calzaturiera e della pelletteria)

Tř. T. Bati 5267

760 06 Zlín

tel./fax: +420 577 525 230

coka@coka.czwww.coka.cz

CONCLUSIONI

Ricapitoliamo i dati di fatto più importanti riportati nella presente nota sul settore delle calzature in Repubblica Ceca:

- C'è un costante miglioramento del potere d'acquisto e dello standard di vita del cittadino ceco e si prevede anche l'aumento della domanda di beni di consumo di livello medio/alto e alto.
- Il tasso di cambio della corona ceca nei confronti dell'Euro, nel lungo termine diminuisce. Questo continuo rafforzamento della moneta locale favorisce i fornitori esteri in quanto i loro prodotti diventano, dal punto di vista del consumatore ceco, più economici.
- La domanda locale è rivolta soprattutto verso articoli economici, provenienti dalla Cina, il design preferito è però sempre quello italiano. Negli ultimi anni si sono fatti una propria clientela stabile anche i marchi di livello medio/alto e anche quelli di lusso.
- Nel settore calzaturiero, l'Italia si è sempre assestata al secondo posto tra i Paesi fornitori. L'ultima quota definitiva (2009) dell'Italia è dell'11,7%.
- Il principale attore sul mercato è la Cina. Altri concorrenti dell'Italia sono Vietnam, Polonia ed Indonesia.
- La Repubblica Ceca assorbe circa lo 0,8% di tutto l'export italiano nel settore calzaturiero.
- L'attuale situazione economica ha influenzato, in senso negativo, il business dei commercianti di categoria, e i produttori italiani non sono riusciti a mantenere la propria quota di mercato.
- La maggior parte del mercato ceco valuta i prodotti con design italiano come i migliori.

Per concludere, possiamo constatare che nel settore calzaturiero, l'Italia ha una forte posizione sul mercato ceco ma ci sono ancora tante opportunità di sviluppo. Guardando l'andamento del settore negli ultimi anni, c'è anche il pericolo di perdita della propria quota del mercato. I prodotti italiani sono percepiti, nel contesto dei prodotti degli altri Paesi, come quelli con il miglior design. Spesso però sono conosciuti solo i marchi di lusso, per tanti economicamente non raggiungibili. I marchi italiani di livello medio/alto o alto sono invece quasi sconosciuti e di conseguenza non coprono gli spazi di mercato ancora ampiamente disponibili per questa tipologia di prodotto.

Vale infatti la pena specializzarsi nell'offerta di calzature di qualità alta e medio/alta, con tomaia di cuoio naturale. E' infatti in questo segmento che i produttori italiani godono dei maggiori vantaggi competitivi e dove possono trovare la propria clientela, escludendo così la competizione con i prodotti asiatici.